

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ПРОДАЖ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ АПК

Коробкин А.З., к.э.н., доцент

УО «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», г. Гомель

Ключевые слова: розничный товарооборот, оптовый товарооборот, эффективность, система показателей, рентабельность.

Key words: retail trade, wholesale trade, efficiency, system of indicators, profitability.

Аннотация: В предложенной статье представлены современные подходы к оценке эффективности продаж в организациях АПК с основным видом деятельности – торговля. Также в статье предложены соотношения темпов роста показателей для эффективного развития.

Summary: The proposed article presents modern approaches to evaluating the effectiveness of sales in organizations AIC with the main type of activity – trade. The article also suggests the correlation of growth rates of indicators for the effective development.

К экономическому анализу эффективности продаж в организациях АПК обращались практически все российские и белорусские ученые, исследующие проблемы экономического анализа. Однако, отдельные аспекты, отраженные в статье, не нашли должного отражения в экономических исследованиях, что делает ее актуальной. Поэтому целью статьи является освящение современных подходов к экономическому анализу эффективно-

сти продаж в организациях АПК с основным видом деятельности – торговля, в рамках Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года [1].

Объемы продаж формируют исходную финансовую базу деятельности организаций АПК, являются источником покрытия всех их затрат и получения прибыли, а следовательно, источником простого и расширенного воспроизводства, материального стимулирования труда работников.

В современных условиях конкурентной борьбы экономическому анализу эффективности продаж в организациях АПК необходимо придавать особое значение, так как повышается роль продаж в более эффективном и конкурентоспособном развитии организации.

Научная новизна статьи, по нашему мнению, заключается в уточнении понятия «эффективность продаж в торговле», а так же в предложенной системе показателей оценки эффективности продаж в организациях АПК с основным видом деятельности – торговля и отдельных показателях эффективности продаж.

Основной целью анализа эффективности продаж в организациях АПК с основным видом деятельности – торговля, является выявление упущенных возможностей и резервов роста реальных объемов продаж в отчетном периоде и определение направлений их увеличения в перспективе. Оценка эффективности продаж в торговле является одним из важных этапов анализа экономической эффективности организаций АПК.

Эффективность продаж в торговле представляет собой экономическую категорию, составляющую компоненту экономической эффективности торговли, отражающую с какой отдачей используются экономические ресурсы торговли и осуществляются ее расходы в целом, а так же по отдельным ее видам.

Для дальнейшего исследования, необходимо определится, какой показатель отражает объем продаж в организациях торговли. Отдельные авторы в качестве этих показателей предлагают использовать как выручку от реализации, так и товарооборот. Законом Республики Беларусь «О бухгалтерском учете и отчетности» предусмотрен только один метод определения выручки от реализации продукции, товаров, работ, услуг, других доходов по принципу начисления [2]. Этот метод предполагает, что хозяйственные операции отражаются в бухгалтерском учете и отчетности в том отчетном периоде, в котором они фактически совершены, независимо от даты проведения расчетов по ним. Иными словами, все организации национальной экономики, в том числе и торговые, в настоящее время используют метод определения выручки «по отгрузке», то есть, по факту передачи имущественных прав на товары (работы, услуги).

В связи с этим правомочно допустить, что выручка розничной торговли и объем розничного товарооборота по своей стоимостной величине будут совпадать, так как розничный товарооборот – это и есть стоимость

реализованных, т.е. отгруженных покупателям товаров за определенный период. Выручка торговой организации будет превышать розничный товарооборот в том случае, если организация производит продажи, не включаемые в розничный товарооборот (реализация товаров другим организациям и др.). Таким образом, на наш взгляд, вполне допустимо в качестве показателя, отражающего объем продаж в торговле считать товарооборот соответствующего вида торговли – розничный или оптовый.

Таким образом, эффективность продаж в торговых организациях АПК характеризует эффективность их деятельности по критериям экономической эффективности соотношения объемов продаж с экономическими ресурсами и расходами торговли, выраженными следующими коэффициентами:

$$\frac{\text{объем продаж}}{\text{расходы торговли}} \rightarrow \max \quad (1)$$

$$\frac{\text{объем продаж}}{\text{экономические ресурсы торговли}} \rightarrow \max \quad (2)$$

Показатели эффективности продаж в торговле отражают, сколько товарооборота приносят экономические ресурсы и затраты организации, вложенные в торговую деятельность. Таким образом, оценка эффективности продаж в торговле предусматривает определение и расчет показателей эффективности деятельности организации, связанных с продажами.

Предлагаемая к использованию система показателей оценки эффективности продаж в торговле АПК состоит из следующих подсистем или групп показателей (рисунок 1).



Рисунок 1. Система показателей оценки эффективности продаж в торговле АПК

В организациях АПК многоотраслевой направленности с основным видом деятельности – торговля, эффективность продаж оценивается в целом по организации с помощью такого показателя, как совокупный товарооборот торговли, представляющий собой сумму розничного и оптового товарооборота за период. Кроме этого, при расчете обобщающих показателей эффективности продаж в торговле, используются такие показатели, как совокупные экономические ресурсы торговли, совокупные расходы торговли, совокупный валовой доход торговли представляющие собой сумму соответствующих показателей по розничной и оптовой торговле.

Показатели *темпов роста объемов продаж в сопоставимых ценах и доли рынка* хоть и не выражены через критериальные соотношения показателей эффективности продаж, тем не менее включены в систему показателей оценки эффективности продаж в торговле АПК. Это аргументируется тем, что изменение реальных объемов продаж и доли рынка организации является предпосылкой роста или снижения эффективности продаж как в целом по организации, так и по соответствующему виду торговой деятельности. Изучение показателей эффективности продаж необходимо проводить в динамике за ряд лет, а также в сравнении с показателями других торговых организаций АПК и среднеотраслевыми показателями.

Для эффективного развития организации в целом, конкретного вида ее торговой деятельности темпы роста валовых доходов должны быть ниже темпов роста прибыли и превышать темпы роста товарооборота, экономических ресурсов и расходов. Для этого должно выполняться следующее соотношение как в целом по торговой деятельности, так и по розничной и оптовой торговле:

$$T_{np} > T_{\text{вд}} > T_m > T_{\text{эрт}} \geq T_{\text{рт}}, \quad (3)$$

где T_{np} – темп роста прибыли от реализации в торговле в целом и по видам торговой деятельности, %;

$T_{\text{вд}}$ – темп роста валовых доходов торговли в целом и по видам торговой деятельности, %;

T_m – темп роста совокупного товарооборота торговли и по видам торговой деятельности, %;

$T_{\text{эрт}}$ – темп роста экономических ресурсов торговли в целом и по видам торговой деятельности, %;

$T_{\text{рт}}$ – темп роста расходов торговли в целом и по видам торговой деятельности, %.

Более быстрый рост товарооборота по сравнению с валовыми доходами ведет к снижению их уровня. Превышение темпа роста валовых доходов над темпом роста расходов ведет к росту доходности расходов. Рост доходности от использования экономических ресурсов произойдет в

случае, если рост валовых доходов будет опережать рост экономических ресурсов. Опережающий темп роста валовых доходов над расходами ведет к увеличению доходности затрат. В статье освещены подходы к оценке эффективности продаж в организации АПК с основным видом деятельности – розничная торговля. Дано понятие эффективности продаж, как экономической категории, определены ее критерии. Предложена к использованию система показателей оценки эффективности продаж в торговле АПК, состоящая из трех подсистем. Это, несомненно, будет способствовать улучшению качества работы специалистов учетно-аналитических служб организаций АПК по оценке и прогнозированию объемов продаж, позволит выявить и определить резервы и направления роста объемов продаж и, соответственно, увеличить прибыль и рентабельность в целом по организации, а так же по отдельным видам ее деятельности.

Таким образом, применение предложенных подходов позволит повысить уровень аналитической работы в организациях АПК, выявить неиспользованные резервы увеличения реальных объемов продаж, тем самым, улучшив их финансовое состояние и конкурентные позиции на рынке.

Список использованной литературы

1. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2030 года: Одобрена на заседании Президиума Совета Министров Республики Беларусь от 10 февр. 2015 г. // Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2015.

2. О бухгалтерском учете и отчетности: закон Республики Беларусь от 12.07.2013г. № 57-З/ Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 27.07.2013.